

**ANALISIS MUTU PELAYANAN RUMAH MAKAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
(Studi Kasus Waroeng Spesial Sambal Cabang Salatiga)**

**Artikel Ilmiah**

**Diajukan Kepada  
Fakultas Teknologi Informasi  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Oleh :**

**Fransiska Herawati**

**602012002**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI  
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA  
PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS  
SALATIGA  
2016**



## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : FRANSISKA HERAWATI  
NIM : 602012002 Email : 602012002@student.uksw.edu  
Fakultas : FTI Program Studi : Public Relations  
Judul tugas akhir : Analisis mutu Pelayanan Rumah Makan Terhadap  
Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Waroeng Spesial  
Sambal Cabang Salatiga)  
Pembimbing : 1. Zon Vanel, S.Sos, M.Si  
2. \_\_\_\_\_

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Kristen Satya Wacana maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Kristen Satya Wacana.

Salatiga, 10 Februari 2017



Fransiska Herawati





PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS  
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA  
Jl. Diponegoro 52 – 60 Salatiga 50711  
Jawa Tengah, Indonesia  
Telp. 0298 – 321212, Fax. 0298 321433  
Email: library@adm.uksw.edu ; http://library.uksw.edu

## PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fransiska Herawati  
NIM : 602012002 Email : 602012002@student.uksw.edu  
Fakultas : FTI Program Studi : Public Relations  
Judul tugas akhir : Analisis Mutu Pelayanan Rumah Makan terhadap  
Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Waroeng Spesial  
Sambal Cabang Salatiga)

Dengan ini saya menyerahkan hak *non-eksklusif*\* kepada Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak yang sesuai):

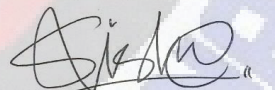
- ☒ a. Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA
- ☐ b. Saya tidak mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA\*\*

\* Hak yang tidak terbatas hanya bagi satu pihak saja. Pengajar, peneliti, dan mahasiswa yang menyerahkan hak non-eksklusif kepada Repositori Perpustakaan Universitas saat mengumpulkan hasil karya mereka masih memiliki hak copyright atas karya tersebut.

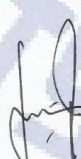
\*\* Hanya akan menampilkan halaman judul dan abstrak. Pilihan ini harus dilampiri dengan penjelasan/ alasan tertulis dari pembimbing I dan diketahui oleh pimpinan fakultas (dekan/kaprodi).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Salatiga, 10 Februari 2017

  
Fransiska Herawati  
Tanda tangan & nama terang mahasiswa

Mengetahui,

  
Zon Vanel, S.S., M.Si.

Tanda tangan & nama terang pembimbing I

Tanda tangan & nama terang pembimbing II

F-LIB-081

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**ANALISIS MUTU PELAYANAN RUMAH MAKAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN**

**(Studi Kasus Waroeng Spesial Sambal Cabang Salatiga)**

Oleh,

**Fransiska Herawati**

**NIM: 602012002**

**ARTIKEL ILMIAH**

Diajukan Kepada Program Studi Public Relations guna memenuhi sebagian dari persyaratan  
untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

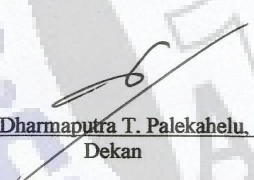
Disetujui oleh,



Zon Vanel, S.Sos., M.Si

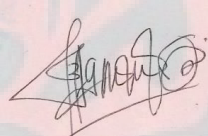
Pembimbing

Diketahui oleh,



Dr. Dharmaputra T. Palekahelu, M.Pd.

Dekan



George Nicholas Huwae, S.Pd., M.I.Kom.

Ketua Program Studi Public Relations

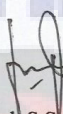
**1956**  
**FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI**  
**UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA**  
**SALATIGA**  
**2017**



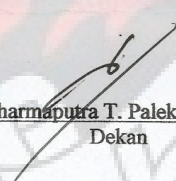
## Lembar Pengesahan

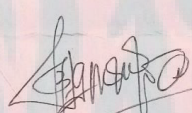
Judul Tugas Akhir : Analisis mutu Pelayanan Rumah Makan Terhadap Kepuasan  
Pelanggan (Studi Kasus Waroeng Spesial Sambal cabang Salatiga)  
Nama Mahasiswa : Fransiska Herawati  
NIM : 602012002  
Program Studi : Public Relations  
Fakultas : Teknologi Informasi

Menyetujui,

  
Zon Vanel, S.Sos., M.Si.  
Pembimbing

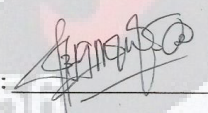
Mengesahkan,

  
Dr. Dharmaputra T. Palekahelu, M.Pd.  
Dekan

  
George Nicholas Huwae, S.Pd., M.I.Kom.  
Ketua Program Studi Public Relations

Dinyatakan Lulus Tanggal : 10 Januari 2017

Reviewer :

George Nicholas Huwae, S.Pd., M.I.Kom. : 

## 1. PENDAHULUAN

Waralaba atau *franchise* merupakan salah satu bentuk bisnis yang sedang marak di tanah air. Mulai dari ritel barang kebutuhan pokok hingga sekolah anak-anak, semua seakan berlomba dan memanfaatkan peluang yang ada. Menurut pemerintah Indonesia, yang dimaksud dengan waralaba adalah perikatan di mana salah satu pihak diberikan hak memanfaatkan dan atau menggunakan hak dari kekayaan intelektual (HAKI) atau pertemuan dari ciri khas usaha yang ditetapkan oleh pihak lain tersebut dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan jasa [1].

Banyak rumah makan mencoba ikut ambil bagian dalam bisnis waralaba. Pelayanan merupakan salah satu kunci sukses dari suatu bisnis rumah makan. Salah satu rumah makan yang pernah ikut dalam bisnis waralaba adalah Waroeng Spesial Sambal atau yang biasa disingkat dengan Waroeng SS. Namun sejak tahun 2015 Waroeng SS sudah tidak lagi menggunakan system waralaba, kini Waroeng SS dikendalikan langsung oleh pusatnya yang berada di Yogyakarta [2]. Waroeng SS adalah rumah makan yang memiliki keunikan yaitu menyediakan 27 macam sambal [3].

Waroeng SS juga salah satu rumah makan menyajikan makanan yang baru dibuat jika ada pesanan saja, agar terjamin cita rasa dan kualitasnya. Mutu pelayanan yang dibuat oleh Waroeng SS cabang Salatiga memiliki beberapa perbedaan dengan Waroeng SS yang berada di . Salah satu perbedaan yang terlihat terlihat adalah dari penempatan lokasi mereka, seperti Waroeng SS cabang Salatiga yang berada di Ruko Wijaya Square, Jl. Diponegoro NO. 105 dan terletak di pinggir jalan utama Salatiga-Solo.

Oleh karena itu penelitian ini dibuat untuk melihat mutu pelayanan yang terjadi di Waroeng Spesial Sambal Salatiga dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Gretel Griselda dan Tagor Muda panjahitan (2012) [4] dengan judul “*analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen restoran pulau dua*” dengan menggunakan populasi jumlah sampel sebanyak 115 responden diperoleh dengan menggunakan rumus Pascoe. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan menggunakan adalah uji validitas dan reliabilitas. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah variable pelayanan sebagai penentu kepuasan konsumen

dan perbedaan penelitian ini dan terdahulu adalah jika penelitian terdahulu hanya menggunakan variable pelayanan, pada penelitian ini ditambahkan variable dimensi utama kualitas pelayanan sebagai penentu kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Dedy Feebri Aryadi [5] (2013) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (studi pada Giant Supermarket Dinoyo MALANG) dengan menggunakan populasi jumlah sampel sebanyak 60 responden metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampel diperoleh menggunakan purposive sampling. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah dimana pelayanan menjadi penentu kepuasan konsumen dan perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya adalah jika penelitian terdahulu hanya menggunakan variable pelayanan, pada penelitian ini ditambahkan dimensi utama kualitas pelayanan sebagai penentu kepuasan konsumen.

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Garvin dan Darvis (1994) kualitas adalah sebagai berikut:

“Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen” [6].

Ada 3 manfaat kualitas yang dikaitkan dengan produktivitas dan profitabilitas menurut (Edvardsson, et al, 1994) :

- a. Produktivitas menekankan pemanfaatan (utilisasi) sumber daya, yang seringkali diikuti dengan penekanan biaya dan rasionalisasi modal. Fokus utamanya terletak pada produksi atau operasi.
- b. Kualitas lebih menekankan aspek kepuasan pelanggan dan pendapatan. Fokus utamanya adalah customer utility.
- c. Profitabilitas merupakan hasil dari hubungan antara penghasilan (*income*), biaya, dan modal yang digunakan. [7]

Menurut Garvin terdapat 5 macam perspektif kualitas yang berkembang antara lain :

#### *a) Transcendental Approach*

Kualitas dipandang sebagai innate excellence yaitu, sesuatu yang bisa dirasakan atau diketahui melalui pengalaman yang didapatkan.

#### *b) Product Based Approach*

Kualitas merupakan karakteristik atau atribut obyektif yang dapat diukur dan dapat diukur.

c) *User Based Approach*

Kualitas tergantung pada orang yang menilainya, sehingga produk yang paling memuaskan seseorang (maximum satisfaction) merupakan produk yang berkualitas paling tinggi.

d) *Manufacturing Based Approach*

Bersifat supply based dan terutama memperhatikan praktek perekayasaan dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kecocokan dengan persyaratan (conformance to requirements).

e) *Value Based Approach*

Pendekatan ini memandang kualitas dari aspek nilai dan harga. [8]

Ada 5 dimensi utama kualitas pelayanan sesuai dengan relatifnya adalah sebagai berikut :

- a) Realibilitas (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
- b) Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
- c) Jaminan (*Assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
- d) Empati (*Emphaty*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
- e) Bukti Fisik (*Tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan. [9]



## Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menurut Richard Gerson adalah “persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui” [10]. Sedangkan, menurut Kotler dan Armstrong mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah “tingkatan dimana kinerja anggapan produk sesuai dengan ekspektasi pembeli” [11]. Berdasarkan kedua teori tersebut, maka kepuasan pelanggan terletak pada ekspektasi pelanggan terhadap suatu produk.

Menurut John W. Mullins dan Orville C. Walker, JR. juga mengemukakan bahwa :

“Mengukur kepuasan pelanggan harus memeriksa baik (1) harapan pelanggan dan preferensi mengenai berbagai dimensi kualitas produk dan layanan (seperti kinerja produk, fitur, kehandalan, pengiriman tepat waktu, kompetensi tenaga pelayanan, dan sebagainya). (2) persepsi mereka mengenai seberapa baik perusahaan yang memenuhi harapan mereka. setiap kesenjangan di mana harapan pelanggan melebihi pengalaman baru-baru ini mereka dapat menunjukkan daerah berbuah bagi perusahaan untuk bekerja untuk meningkatkan nilai pelanggan dan kepuasan”[12]

Pertama, dimensi kualitas produk. Beberapa indikator yang termasuk dalam dimensi kualitas produk antara lain :

1. Fungsional kinerja (*Functional performance*)
2. Daya tahan (*Durability*)
3. Kesesuaian terhadap spesifikasi (*Conformance to specifications*)
4. Fitur (*Features*)
5. Keandalan (*Reliability*)
6. Kemudahan untuk diperbaiki (*Serviceability*)
7. Fit and finish
8. Nama merek (*Brand name*) [13]

Kedua, dimensi layanan. Beberapa indikator yang termasuk dalam dimensi layanan antara lain:

- a. Wujud (*tangibles*), terdiri dari fasilitas, peralatan, penampilan karyawan dan sarana komunikasi.
- b. Keandalan (*reliability*), terdiri dari kemampuan karyawan untuk melakukan layanan yang dijanjikan dan keakuratan.
- c. Daya tanggap (*responsiveness*), terdiri dari kesediaan karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.

- d. Jaminan (*assurance*), terdiri dari pengetahuan, kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan.
- e. Empati (*emphaty*), yang terdiri atas peduli terhadap pelanggan dan perhatian perusahaan kepada pelanggan. [14]

### 3. METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode penelitian kualitatif dan dengan pendekatan deskriptif-komparatif. Unit analisa yang peneliti lakukan adalah bagaimana cara karyawan yang melayani konsumen yang datang ke Waroeng Spesial Sambal cabang Salatiga. Pada penelitian ini yang dijadikan unit amatan adalah kepala warung, beberapa karyawan, dan konsumen Waroeng Spesial Sambal cabang Salatiga. Narasumber pada penelitian kali ini adalah kepala warung dan beberapa karyawan.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Profil Singkat Waroeng SS

##### a) Sejarah Waroeng SS

Berdirinya Waroeng SS yang tidak lain berangkat dari hoby & kegemaran Mr. Huuh-haah (Bpk. Yoyok Heri Wahyono) akan sambel. Dan ceritanya setelah mulai merasakan begitu kerasnya kehidupan & tuntutan kebutuhan hidup akhirnya Mr. Huuh-haah bersama teman-temannya mendirikan sebuah EO yang diberi nama *InSed production*.

Namun kenyataannya yang namanya proyek tidak bisa diharapkan secara rutin, lalu timbulah pertanyaan berikutnya yang harus di jawab adalah : “bila sedang tidak ada *job* makannya gimana?”. Maka dari situlah muncul kemauan yang keras untuk tetap hidup.

Dan berdirilah SS-01 berwujud kaki lima di Jl. Kaliurang sebelah barat Graha Sabha Pramana UGM pada bulan Agustus 2002. Waroeng SS mulai buka setiap jam 5 sore sampai jam 10 malam bersama 5 orang teman-temannya, dan juga melibatkan personil-personil InSed yang perannya tidak bisa dilepaskan dari sejarah Waroeng SS.

Enam bulan kemudian dengan berbagai usaha yang keras menurut ukuran Mr. Huuh haah akhirnya Waroeng SS mulai bisa diterima oleh masyarakat khususnya penggemar sambal di Jogja, dan selanjutnya dengan modal tekad baja, pantang

surut, berani karena benar & hasrat untuk memenuhi kebutuhan hidup maka dibukalah Waroeng SS-02 di Condong Catur.

Khusus untuk Waroeng SS dalam hal yang namanya untung/laba ternyata tidaklah seindah apa kata orang, maksudnya banyak orang bilang bisnis makanan itu untungnya bisa sampai 40%-an dari *omzet*, tapi Mr. Huuh-haah sendiri tidak tahu kenapa hal itu sama sekali tidak berlaku di SS.

Akhirnya Mr. Huuh-haah tidak memikirkan lagi tentang angka-angka akhirnya mencoba untuk terus meyakini bila angka-angka rejeki itu memang urusan **DIA yang Maha Kuasa & Maha Adil**, sedangkan kita hanyalah bertugas mengerjakan apa yang didepan kita dengan sebaik-baiknya yang kita bisa.

Lalu sebagai *pengejawatahan* dari keyakinan itu maka Mr. Huuh-haah mencoba untuk secepatnya mengembangkan usaha ini yakni membuka cabang lagi. Kemudian dari beberapa teman Mr. Huuh-Haah ini ada yang tertarik untuk bekerjasama bikin cabang baru maka dari situ berdirilah Waroeng SS ke-3 di Seturan arah ke Babarsari.

Berikutnya menyusul yang ke-4 di Pandega Marta, terus yang ke-5 di Jalan Kaliurang km. 14. Selanjutnya selama kurang lebih 1,5 tahun keinginan untuk mendirikan Waroeng SS ke-6 sulit tercapai, seperti ada saja masalah yang bikin Waroeng SS 6 itu tidak jadi.

Bahkan pernah sudah bayar kontrak tempat tetapi pada akhirnya tidak jadi juga. Mr. Huuh-haah hampir putus asa saat itu, hingga akhirnya ada seorang teman bilang "ya udah ga Waroeng 6 nya dilompatin aja". Kemudian langsung bikin yang ke-7 dan ternyata benar, yang ke-7 di Timoho dalam 2 bulan kemudian berdiri, menyusul yang ke-8 di Glagahsari jalan juga. Ya begitulah kira-kira sedikit cerita tentang Awal Mula Berdirinya Waroeng SS.

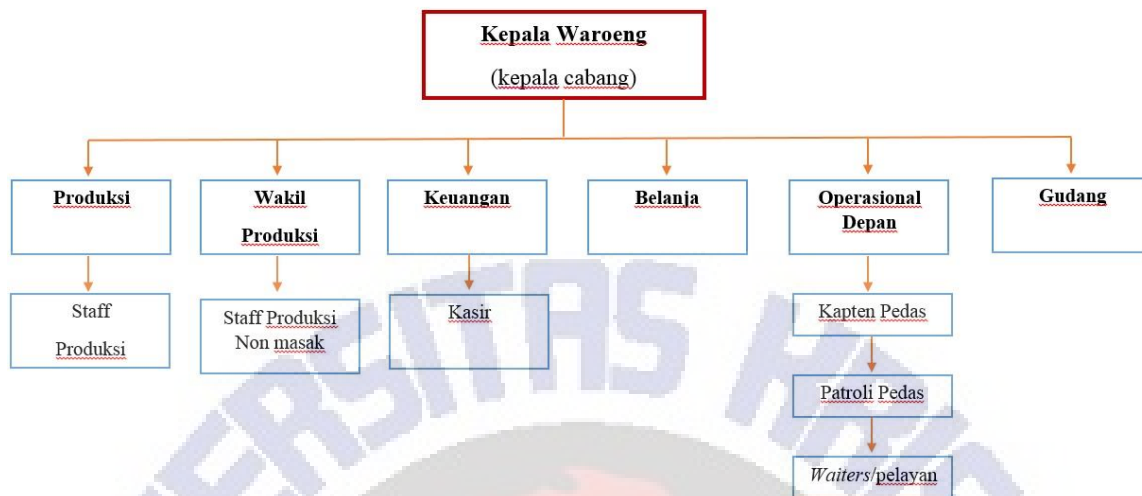
Yang jelas keberadaan Waroeng SS ini benar-bener tidak lepas dari yang namanya dukungan orang lain yakni teman-teman Mr. Huuh-haah & team di SS itu sendiri, dan yang lebih penting lagi adalah dukungan dari anda para pelanggan yang merupakan Big Boss kami.

(<http://waroengss.com/about>)



b) Profil Waroeng SS Cabang Salatiga

➤ Susunan Karyawan Waroeng SS Cabang Salatiga



Sumber: hasil wawancara

Keterangan:

- Kepala Waroeng adalah kepala cabang yang bertugas memimpin, mengawasi, dan menghimbau karyawan di setiap cabang, melaporkan semua informasi bulanan yang ada di cabang Waroeng SS, seperti keuangan dan stock produksi.
- Produksi adalah yang mengatur karyawan bagian dapur, khususnya bagian yang memasak.
- Staff produksi adalah karyawan yang bertugas memasak pesanan konsumen
- Wakil produksi adalah yang mengatur karyawan bagian dapur, namun bagian dapur yang non masak
- Staff produksi non masak adalah karyawan yang bertugas di dapur pada bagian non masak, seperti membuat minuman, mencuci peralatan dapur dan menyiapkan pesanan konsumen.
- Keuangan adalah yang bertugas mengatur semua keuangan di waroeng ss cabang, seperti perhitungan laba, membuat pembukuan setiap bulan untuk dilaporkan ke pusat, dan mengatur biaya pembelanjaan.
- Kasir adalah karyawan yang menerima transaksi dari konsumen yang sudah memesan di Waroeng SS.
- Belanja adalah karyawan yang bertugas membelanjakan semua kebutuhan Waroeng SS.
- Operasional depan adalah karyawan yang bertemu langsung dengan konsumen.

- Kapten pedas adalah karyawan yang bertugas memantau, mengatur, dan membantu pelayan & konsumen.
  - Patroli pedas adalah karyawan yang bertugas mengecek kelengkapan menu yang dipesan oleh konsumen, dan bila ada menu yang belum datang patroli pedas akan mensegerakan menu datang.
  - Pelayan adalah karyawan yang bertemu langsung dengan konsumen. Bertugas membantu dan melayani konsumen, membersihkan meja konsumen yang sudah selesai makan, mengantar pesanan konsumen, dan mengambil menu yang sudah ditulis oleh konsumen.
  - Gudang adalah yang bertugas mengatur dan mengecek semua simpanan-simpanan yang ada di gudang, seperti piring, gelas, sendok, cobek, dll.
- **Ikrar Prinsip Dasar Kepribadian Personil Waroeng SS:**
1. Menjunjung tinggi nilai kejujuran sebagai nafas dalam berbicara dan bertindak
  2. Menjaga semangat kerja keras untuk berkarya dengan kemampuan terbaik
  3. Berjiwa disiplin dalam setiap langkah dan aktifitas
  4. Bersikap rendah hati dalam berperilaku dan perkataan
  5. Berperisai *Taqwa* dalam menjaga hati, pikiran, dan tindakan
- **Laba Waroeng SS Cabang Salatiga**

**Peringkat Nasional**  
**LABA WAROENG**  
(Sumber : Akuntansi Manajemen Pusat)

**W**aroeng Spesial Sambil 'SS' kita ini adalah salah satu perusahaan kuliner yang (alhamdulillah) masih diberi amanah oleh-Nya berupa lisan rejeki eksistensi usaha dan bahkan telah menjadi pionir serta inovator di dunia usaha-usaha kuliner berbasis sambal lainnya. Prestasi gemilang itu (jika ditinjau dari konsep bisnis kuliner) tentu merupakan hasil usaha dan kerja keras rekan-rekan personil pembuat jodas Indonesia. Setiap usaha dan kerja keras yang telah di-upayakan dapat kita lihat dari perubahan "angka-angka" laba per waroeng yang tentu dapat dijadikan tolak ukur performa tiap waroeng dalam mengelola dan menjalankan sistem usaha kita ini. Berikut kami lampirkan data ranking perolehan laba per waroeng skala Nasional.

Agustus		Agustus	
Rank	Waroeng	Rank	Waroeng
1	Tembalang	16	Kidamisan
2	Salatiga Diponegoro	17	Purwokerto GOR Satira
3	Salatiga Sudirman	18	Tegal
4	Surabaya Arjuna Raya	19	Bogor
5	Magelang Mertoyudan	20	Purwokerto Wiryu Atmaja
6	Klaten	21	Veteran
7	Pati	22	Kusumanegara
8	Pekalongan	23	Cirebon Ampara
9	Kendri PK Bangsa	24	Perjuangan
10	Malang Cilwasung	25	Citra Raya
11	Madam Agus Salim	26	Babarsari Barat
12	Samirano	27	Karanganyar
13	Jatiranger	28	Candong Catur Timur
14	Pondoka Martha	29	Bintaro 2
15	Plerengbung	30	Sragen

Sumber:

Media Silaturahmi edisi  
November 2016

Waroeng SS Salatiga menjadi urutan ke-2 dan 3 sebagai waroeng dengan laba terbesar tingkat nasional. Waroeng SS Salatiga Diponegoro peringkat ke-2 dengan perolehan laba sebesar 7,64% dan Salatiga Sudirman menjadi peringkat ke-3 dengan perolehan laba sebesar 7,40%. Menurut Kepala Waroeng Salatiga Diponegoro, perolehan besar atau kecilnya laba harus didukung dengan karyawan

yang jujur dan memiliki semangat kerja keras yang tinggi. Banyak atau sedikitnya konsumen bukan sebagai penentu besar atau kecilnya laba yang didapatkan.

## **2. Analisis**

Terdapat 5 dimensi utama kualitas pelayanan yang ada di Waroeng SS Salatiga, yaitu:

### **a) Realibilitas (Reliability)**

Reabilitas yang diberikan Waroeng SS adalah rasa dan kualitas produk. Rasa yang dimiliki Waroeng SS adalah rasa yang dari dulu tetap terjaga, tidak pernah berubah, semua cabang Waroeng SS memiliki resep menu yang sama dari pusatnya di Jogja. Dan untuk kualitas Waroeng SS juga sangat diperhatikan. Waroeng SS adalah rumah makan yang menyediakan makanannya ketika baru dipesan. Jadi bila ada konsumen yang memesan Waroeng SS baru membuatnya, sehingga prosesnya makanan disajikan cukup lama.

Permohonan maaf adalah salah satu cara yang digunakan oleh Waroeng SS untuk mengatasi kesalahan yang telah dibuat Waroeng SS. Karena Waroeng SS menyadari bahwa mereka masih banyak memiliki begitu banyak hal yang membuat para tamu dan pelanggan kecewa atau tidak merasa nyaman. Permohonan maaf adalah hal yang tiada pernah berhenti Waroeng SS sampaikan, sembari Waroeng SS akan terus-menerus berusaha untuk menjadi lebih baik dalam melayani konsumen.

Pelayan yang ada di Waroeng SS juga harus ramah dan murah senyum karena keramahan dari pelayan membuat konsumen menjadi lebih nyaman dan senang berada di Waroeng SS.

Waroeng SS juga salah satu rumah makan yang memiliki konsistensi terhadap harganya apa yang tertulis pada menu itu sesuai dengan apa yang ada di nota ketika konsumen terima. Waroeng SS jarang sekali mengalami kesalahan dalam perhitungan harga, karena harga yang tercantum di dalam menu sudah terdaftar di database mesin kasir.

### **b) Daya Tanggap (Responsiveness)**

Daya tanggap yang dimiliki oleh karyawan Waroeng SS adalah ketika konsumen datang ke Waroeng SS, pelayan langsung menyambut dan menanyakan berapa orang yang akan makan. Setelah konsumen menjawab berapa orang yang ingin makan, lalu pelayan mengantar ke tempat duduk yang tersedia kemudian pelayan memberikan menunya.



Konsumen yang sudah menuliskan menu yang dipesan akan memanggil pelayan untuk memberikan menu tersebut. Setelah pelayan menerima menu pesanan konsumen, pelayan akan membacakan ulang apa yang sudah dipesan oleh konsumen.

Waroeng SS menyediakan karyawan yang berperan sebagai patroli pedas. Patroli pedas bertugas untuk mengecek apakah menu yang dipesan oleh konsumen sudah lengkap semua atau masih ada yang kurang. Bila ada menu yang kurang atau belum keluar maka patroli pedas bertugas untuk memberitahu ke bagian belakang agar menunya cepat dikeluarkan.

#### **c) Jaminan (Assurance)**

Jaminan yang diberikan Waroeng SS adalah berupa garansi pada makanan. Pelayan Waroeng SS akan memberikan garansi kepada sambal yang keasinan, kurang pedas, tidak enak, minuman kurang manis, gelas bau sabun, lauk gosong, kurang matang, dll. Semua sajian yang tidak memuaskan konsumen akan digantikan dengan yang baru dan bila sampai 3 kali sajian tersebut belum juga memuaskan konsumen makan konsumen tidak perlu membayar sajian yang tidak memuaskan tersebut.

Waroeng SS juga menyediakan nomor telepon agar konsumen dengan leluasa mengajukan komplain, saran, dan kritik. Nomor telepon yang mereka sediakan bernama *Hotline Service*. Nomor tersebut langsung tersambung oleh pusat Waroeng SS yang berada di Jogja. Konsumen tidak harus menelpon nomor tersebut untuk memberikan komplain, kritik, dan saran, cukup dengan pesan singkat atau yang biasa disebut dengan SMS (*Short Message Service*).

Waroeng SS cabang Salatiga selalu mengukur kepuasan pelanggannya dengan cara membagikan form kepuasan pelanggan. Form tersebut adalah ide dari kepala waroeng. Form dibagikan setiap hari 10 lembar, 5 lembar dibagikan oleh karyawan shift pagi dan 5 lembar dibagikan oleh karyawan shift sore.

#### **d) Empati (Empathy)**

Empati yang diberikan oleh Waroeng SS adalah ketika konsumen selesai makan dan membayar di kasir, kasir akan selalu berkata “pastikan barang

bawaannya tidak ada yang tertinggal ya”. Hal tersebut baru-baru saja ini dilakukan karena banyak dari konsumen yang barangnya tidak sengaja tertinggal.

Pelayan juga bersedia membersihkan minuman atau makanan yang tumpah tanpa harus konsumen yang meminta. Bila minuman yang tumpah biasanya pelayan akan langsung menggantinya dengan yang baru tanpa bertanya terlebih dahulu, sedangkan makanan yang tumpah pelayan sebelum mengganti akan bertanya terlebih dulu kepada konsumen.

#### e) **Bukti Fisik (Tangibles)**

Bukti fisik yang dapat dilihat di Waroeng SS Salatiga adalah terlihat dari ciri khas tempatnya. Waroeng SS memiliki konsep desain interior yang unik dengan dinding yang dipenuhi tulisan-tulisan, cat tembok yang berwarna merah muda di bagian bawah dan orange muda di bagian atas kemudian di tengah kedua cat itu terdapat garis pemisah berwarna merah maroon. Waroeng SS jg memiliki keunikan tempat duduk. Terdapat 2 macam tempat duduk di Waroeng SS, yaitu tempat duduk bangku dan lesehan. Seluruh Waroeng SS Jawa & Bali memiliki tempat duduk yang sama, baik bentuk maupun warnanya. Di Waroeng SS Salatiga tempat duduk bangku terdapat di lantai 1 dan di lantai 2 tempat duduk lesehan, tetapi juga terdapat beberapa tempat duduk bangku di lantai 2. Waroeng SS membagi tempat mereka menjadi 2 yaitu *smoking area* dan *no smoking area*. Di Waroeng SS Salatiga Diponegoro *smoking area* terdapat di lantai 1 dan *no smoking area* terdapat di lantai 2.

Waroeng SS adalah rumah makan pertama yang menggunakan piring yang terbuat dari anyaman bambu yang dibuat menyerupai piring, lalu diberi alas daun pisang[]. Daun pisang yang digunakan untuk alas juga berubah, sekarang berbentuk persegi dan dulu berbentuk lingkaran, perubahan bentuk ini juga ditujukan kepada konsumen tidak merasa bosan. Daun pisang dilakukan pencucian terlebih dahulu agar bersih dan layak untuk dijadikan alas makanan. Waroeng SS juga memakai *cobek* kecil sebagai tempat untuk menaruh lauk, sambal, dan sayur. Namun untuk beberapa sayuran yang sedikit berkuah, *cobek* kecil tersebut diberi alas daun pisang. Lalu untuk tempat nasi, Waroeng SS menggunakan wadah bakul yang terbuat dari anyaman bambu.

Di atas adalah bagaimana cara berpakaian untuk semua karyawan Waroeng SS. Cara berpakaian karyawan tersebut diberikan oleh pusat Waroeng SS yang berada di Yogyakarta untuk semua cabang Waroeng SS di Indonesia.

- Untuk Pria
  - Rambut & wajah : karyawan pria diharuskan merapikan rambutnya, rambut tidak boleh terlalu panjang. Dan untuk wajah, karyawan pria mencukur dan jambangnya agar terlihat bersih dan rapih.
  - Asesoris : karyawan pria hanya diperbolehkan memakai asesoris jam tangan

- Untuk Pria  
Rambut & wajah : karyawan pria diharuskan merapikan rambutnya, r tidak boleh terlalu panjang. Dan untuk wajah, karyawan pria mencukur dan jambangnya agar terlihat bersih dan rapih.  
Asesoris : karyawan pria hanya diperbolehkan memakai asesoris iam tang

Rambut & wajah : karyawan pria diharuskan merapikan rambutnya, r tidak boleh terlalu panjang. Dan untuk wajah, karyawan pria mencukur dan jambangnya agar terlihat bersih dan rapih.

Asesoris : karyawan pria hanya diperbolehkan memakai asesoris jam tang

Asesoris : karyawan pria hanya diperbolehkan memakai asesoris jam tangan

Celana & ikat pinggang : celana yang digunakan oleh karyawan pria

Celana & Ikat pinggang : celana yang digunakan oleh karyawan pria berbahan kain dan berwarna gelap atau hitam. Ikat pinggang yang digunakan harus yang simpel dan berwarna gelap. Karyawan pria dilarang menggunakan celana panjang yang memiliki banyak saku dan *skinny* (ketat).



Alas kaki : alas kaki yang digunakan oleh karyawan pria adalah sandal atau sepatu terbuka. Karyawan pria dilarang menggunakan sepatu tertutup.

- Untuk Wanita

Rambut & wajah : Rambut karyawan wanita harus digulung agar terlihat rapih. Dan untuk wajah, karyawan wanita juga harus sedikit berdandan agar terlihat lebih menarik.

Asesoris : hampir sama seperti karyawan pria, karyawan wanita pun hanya diperbolehkan memakai asesoris jam tangan dan pin nama di seragam mereka. Karyawan wanita dilarang memakai perhiasan berlebihan.

Kerudung, seragam, & manset : karyawan wanita harus menyesuaikan kerudung dan manset mereka dengan seragam yang dipakai. Mereka juga dianjurkan memakai kerudung yang simple dan sederhana.

Celana & ikat pinggang : karyawan wanita harus memakai celana panjang berbahan kain atau *jeans basic* yang berwarna gelap dan model celana yang standar (bukan *hipster*, pensil, & *skinny*/ketat). Ikat pinggang yang digunakan karyawan wanita juga sama seperti karyawan pria yaitu harus yang simpel dan berwarna gelap.

Alas kaki : untuk karyawan wanita bagian depan atau yang bertemu langsung dengan konsumen memakai alas kaki *flat shoes* yang simple dan nyaman. Dan untuk karyawan wanita bagian belakang atau dapur memakai alas kaki sandal yang nyaman, namun tidak diperbolehkan memakai sandal karet seperti jenis “*Swallow*”.

Berikut adalah penjadwalan seragam untuk semua karyawan Waroeng SS:

- Senin : Kaos seragam Waroeng SS yang berwarna Merah Putih
- Selasa : Kaos seragam Waroeng SS yang berwarna Hitam Pedas Abis
- Rabu : Kaos seragam Waroeng SS yang Orange
- Kamis : Kaos seragam Waroeng SS yang kombinasi
- Jumat : Kaos seragam Waroeng SS yang Merah
- Sabtu : Kaos seragam Waroeng SS yang Hitam Abu-abu
- Minggu : Kaos seragam Waroeng SS yang kombinasi

Ada beberapa karyawan yang memakai rompi kerika bekerja. Rompi yang berwarna hijau dipakai oleh karyawan yang bertugas sebagai Kapten Pedas. Rompi merah digunakan oleh karyawan yang bertugas sebagai Patroli Pedas. Dan

rompi batik dipakai oleh karyawan yang masih baru, yang belum mempunyai seragam Waroeng SS.

### 3. Peran Public Relations

Waroeng SS sudah memiliki 5 dimensi layanan yang baik, namun sebagai PR ada beberapa hal yang harus ditambahkan untuk Waroeng SS, yaitu:

a. Reabilitas

Tidak adanya waktu yang disepakati antara pelayan dengan konsumen ketika konsumen sudah memesan. Seharusnya Waroeng SS mencari membuat kesepakatan waktu untuk menu disajikan. Seperti jika menu yang belum dikeluarkan dalam waktu 30 menit, maka Waroeng SS bisa memberikan buah secara gratis. Namun buah yang diberikan tidak sebanyak porsi yang ada di menu agar Waroeng SS tidak mengalami kerugian.

b. Daya Tanggap

Daya tanggap yang diberikan Waroeng SS ketika sedang ramai sedikit kurang, karena banyak pelayan yang sibuk membuat konsumen bingung memberikan menu yang sudah ditulis kepada siapa. Bila mengalami hal tersebut Waroeng SS bisa menyediakan tempat (meja/keranjang) untuk menaruh menu yang sudah ditulis, jika ada pelayan yang sudah tidak sibuk mereka bisa mengambil menu yang sudah ditulis tersebut dan menghampiri mejanya untuk membacakan kembali menu yang sudah di pesan.

c. Jaminan

Untuk jaminan yang diberikan Waroeng SS sudah sangat baik dan dapat memuaskan konsumen.

d. Empati

Waroeng SS kurang memberikan empati untuk orangtua yang mempunyai batita dan balita, karena tidak disediakannya *Baby Chair* untuk batita dan balita sehingga banyak orangtua yang harus kesulitan menggendong anaknya ketika makan di Waroeng SS.

e. Bukti Fisik

Bukti fisik yang kurang diberikan Waroeng SS adalah penyediaan fasilitas untuk mengurangi kejenuhan konsumen ketika menunggu makanannya. Waroeng SS bisa menyediakan seperti televisi untuk mengisi kejenuhan konsumen yang menunggu makanannya.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan di bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa mutu pelayanan yang diberikan Waroeng SS sudah cukup baik. Waroeng SS sudah hampir memenuhi semua 5 dimensi kualitas pelayanan. Reabilitas yang diberikan Waroeng SS masih sedikit mengalami kekuarangan dalam hal pengaturan waktu tunggu makanan. Untuk daya tanggap Waroeng SS kurang terorganisir karena banyak konsumen yang mengalami kebingungan. Jaminan yang diberikan oleh Waroeng SS sudah baik dan memuaskan pelanggan. Empati yang diberikan Waroeng SS cukup kurang, khususnya untuk keluarga yang membawa balita dan batita. Bukti fisik yang diberikan Waroeng SS sedikit kurang untuk konsumen yang jenuh menunggu makanannya.

Permohonan maaf adalah upaya yang dilakukan Waroeng SS, untuk terus memperbaiki kekurangannya dan meningkatkan pelayanan terhadap konsumen.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sumarsono, Sony. 2009. *Managemen Bisnis Waralaba*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- [2] Hasil Wawancara (2 Desember 2016)
- [3] Hasil Wawancara (2 Desember 2016)
- [4] Griselda, Gretel dan Panjaitan, Tagor Muda. 2007. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pulau Dua*. Jurnal DeReMa. Vol. 2, No. 1. Halaman 39-62  
(<http://global.uph.edu/component/wmjournals/journalb/21.html>)
- [5] Aryadi, Dody Febri. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (studi pada Giant Supermarket Dinoyo MALANG)*. Malang: Universitas Brawijaya (<http://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/208>)
- [6] Nasution, M. Nur. 2015. *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management*. Bogor: Ghalia Indonesia
- [7], [8], [9] Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2016. *Service, Quality, dan Statisfaction edisi 4*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET
- [10] Richard Gerson, Mengukur Kepuasan Pelanggan: Panduan Menciptakan Pelayanan Bermutu (Jakarta: Penerbit PPM. 2002), p.3
- [11] Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.

[12], [13], [14] John W, Mullins & Walker Jr, Orville C. 2010. *Marketing Management: A Strategic Decision-making Approach*. Seven Edition, New York: McGraw-Hill

